PROSPECTION DEVELOPPMENT
Experts en Télémarketing

Cordonnées Agence
6 av de Castelnau immeuble le Ravel 34090 Montpellier France
Tél : 04 67 50 91 44 Fax : 09 61 23 04 41
site web : http://www.prodevcommercial.com

Programme formation : Reconquête commerciale des clients perdus

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les techniques de reconquête commerciale (le *winback*)
- Répondre avec efficacité à tous types d'objections même conflictuelles
- (Re)Fidéliser la clientèle perdues ou la clientèle passive

PRÉ-REQUIS

- Avoir des notions commerciales et/ou connaître l'outil téléphone

PROGRAMME DE LA FORMATION

+ d'Infos

- **Préparer ses appels** *winback*
  Lister les causes de la fuite de la clientèle
  Préparer l'historique client
  Structurer un appel *winback*

- **Bâtir l'argumentaire de reconquête commerciale**
  Faire la distinction entre les trois familles d'arguments
  Construire une argumentation en fonction des objectifs communiqués par son entreprise
  Utiliser à bon escient son ou ses leviers décisionnels

- **Gérer les objections**
  Les objections (définition, légitimité, type, difficulté, prévisibilité, attitudes à adopter)
  Comprendre le processus psychologique d'une objection
  La dissonance cognitive
  Identifier les objections les plus fréquentes
  Les différentes techniques réfutation des objections
  Élaboration des réponses adaptées aux objections courantes

- **Conclure**
  De l'échec au succès
  Fuite ou attraction de la clientèle : discerner les signaux d'achat et les freins à la décision
  Le style de conclusion appropriée à la reconquête commerciale
  L'engagement du client
  Le suivi et a relance

- **Maîtriser les situations fragiles**
  La sécurité et l'estime en tant que besoins fondamentaux des clients perdus (selon A. Maslow)
  La typologie des interlocuteurs
  L'empathie et le mea-culpa au service de la reconquête commerciale
  Le contrôle émotionnel
  L'écoute active et passive

- **Construire les outils de fidélisation**
  Identifier et faire remonter les FAQ (questions posées le plus fréquemment)
  Mettre en place le reporting